

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

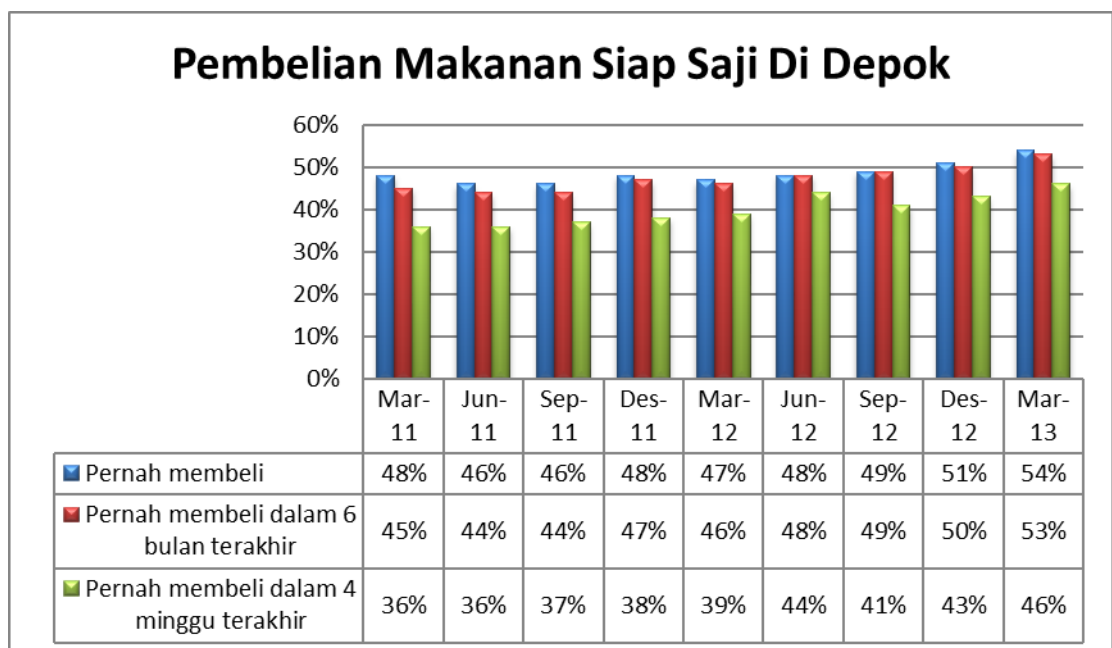
Manusia sebagai makhluk social tidak terlepas dari kebutuhan akan sosialisasi dan rekreasi. Banyak cara yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan untuk menghilangkan stres dan kepenatan adalah berpergian mencari makanan atau jajanan di luar rumah. Makan di luar rumah telah menjadi bagian gaya hidup bagi masyarakat. Kini restoran dan rumah makan telah bertransformasi menjadi sebuah tempat yang tidak hanya menyajikan kenikmatan melalui makanan dan minuman tetapi menjadi salah satu tempat untuk berekreasi. Penataan restoran dan rumah makan menjadi tempat yang modern, menarik, dan nyaman disertai dengan pelayanan yang baik membuatnya menjadi tempat tujuan bagi masyarakat bukan hanya untuk urusan perut namun juga untuk kebutuhan akan sosialisasi bersama dengan sesama kerabat dan teman dekat. Tapi dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang yang semakin dinamis pola makan masyarakat kini semakin beragam, memunculkan kebutuhan untuk mengonsumsi makanan secara praktis dan cepat. Kesibukan dan kegiatan masyarakat yang banyak menyita waktu, menyebabkan mereka tidak memiliki waktu yang cukup untuk menyiapkan makanan di rumah atau memesan makanan di restoran biasa. Kondisi ini akhirnya memunculkan konsep hidangan makanan *fast food* (makanan cepat

saji) yang dapat diperoleh di restoran cepatsaji dengan berbagai pilihan yang disediakan berbagai perusahaan saat ini. Kompetisi dalam industri restoran cepat saji menjadi semakin sengit dengan bermunculannya berbagai restoran sejenis. Salah satu perusahaan yang menyediakan produk *fast food* adalah PT. Fast Food Indonesia, Tbk. Perusahaan ini memanfaatkan peluang dalam industry restoran cepat saji tersebut untuk memenuhi kebutuhan para konsumen dengan merek dagangnya, yaitu restoran *Kentucky Fried Chicken (KFC)*. Restoran KFC pertama kali berdiri pada tahun 1930 di *Sanders Court*, Amerika oleh *Harland Sanders*. Pada Oktober 1979, restoran makanan cepatsaji KFC pertama kali dibuka di Indonesia tepatnya di Jalan Melawai, Jakarta Selatan¹. Dengan produk unggulannya yaitu *Original Recipe Chicken* dan *Hot and Crispy Chicken*, KFC membidik segmen pasar yang luas, sehingga mampu diterima oleh banyak kalangan masyarakat. Untuk menghadapi ketatnya persaingan, KFC melakukan inovasi dan mendiversifikasikan produknya dengan banyak membuat kategori menu lainnya, di antaranya adalah menu favorit, menu praktis, menu kombo, menu goceng, menu *a la carte*, menu *beverages*, menu *breakfast* dan menu *KFC Coffee*.

Restoran KFC terletak di berbagai kota di Indonesia. KFC sudah memiliki 222 outlet yang tersebar dari Aceh hingga Papua. Dengan jaringan sebanyak itu, KFC menguasai sekitar 32% sampai 40% pangsa pasar industri restoran cepat saji. Hingga akhir tahun 2013 angka penjualan dari perusahaan

¹<http://www.kfc.com/sejarah-berdirinya-kfc>(diakses pada tanggal 27 Maret 2015 pukul 13:11)

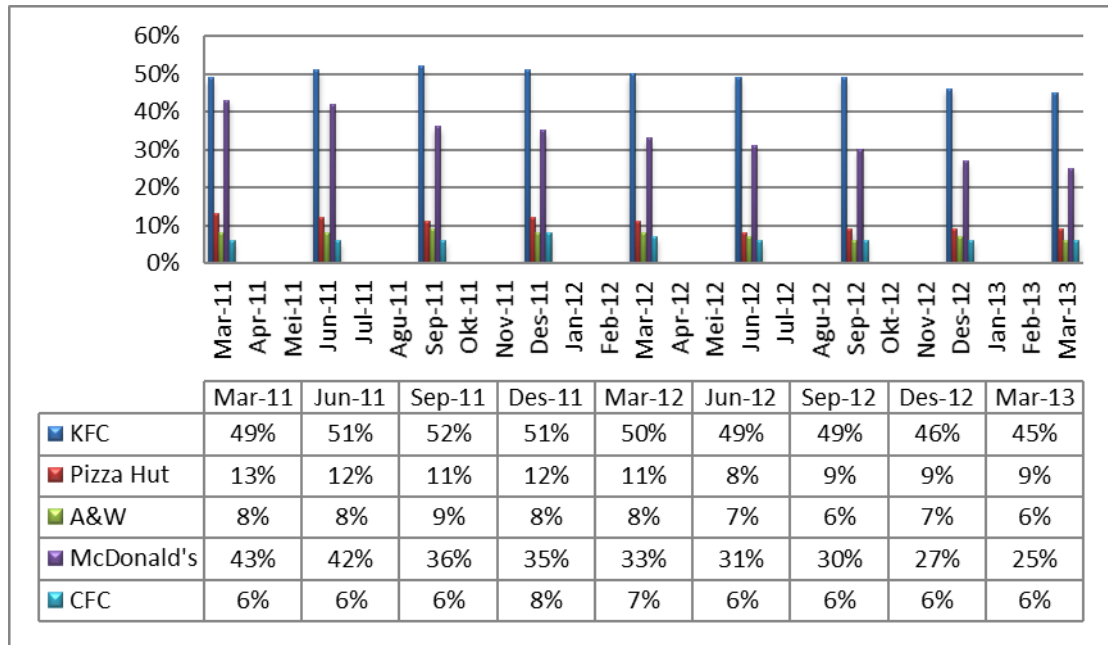
menembus Rp 1,017 triliun. Ini berarti laba perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 1979 tersebut naik 14,5% dibanding keuntungan di tahun 2004. Dan salah satunya ialah kota Depok, Depok sebagai daerah kota yang berkembang dan kota penyangga ibukota Jakarta merupakan pasar potensial agar dapat menarik minat konsumen.



Gambar 1.1 pembelian makanan siap saji (*Roy Morgan Research* Indonesia 2013)

Berkembangnya kota Depok saat ini mengakibatkan meningkatnya pengeluaran untuk golongan makanan penduduk Kota Depok serta semakin banyaknya jumlah pertokoan/*shopping center* di Kota Depok. Hal ini ditunjukkan semakin banyak restoran *fast food* waralaba yang berdiri di Kota Depok. Persaingan antar restoran *fast food* asing waralaba di Kota Depok semakin menarik untuk dikaji dalam penelitian, dan perusahaan pasti memiliki

strategi tersendiri dalam mengelola produknya agar mampu menarik konsumen dan mempertahankan pelanggan.



Gambar 1.2 Persaingan restoran *fast food* di kota Depok (Roy Morgan Research Indonesia 2013)

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diciptakan dalam rangka mempertahankan pelanggan yang sudah ada maupun menarik konsumen baru. Konsumen yang terpuaskan dengan pelayanan yang berkualitas cenderung akan menjadi pelanggan atau konsumen yang loyal. Kecenderungan konsumen yang merasa puas tersebut dapat menceritakan pengalaman yang mereka dapatkan kepada orang lain. Hal ini akan membantu pihak rumah makan dalam menarik konsumen baru. Penelitian tentang kepuasan konsumen berguna untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja pada kualitas produk dan pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan tersebut. Studi tentang kepuasan

konsumen akan memberikan umpan balik kepada pengelola restoran KFC dalam melakukan perbaikan kinerja produk dan pelayanan. Kepuasan konsumen akan mampu menumbuh kembangkan perusahaan, begitu pentingnya peranan akan kontribusi konsumen baik langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan hidup usaha. Berdasarkan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang kepuasan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain.

1. Apa karakteristik konsumen KFC?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen di restoran siap saji KFC?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

- a. Untuk mengetahui karakteristik konsumen KFC.
- b. untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen KFC.

2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya Prodi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi (FE), perusahaan, dan pembaca secara umum.

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan studi perbandingan bagi keperluan penelitian berikutnya.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat dijadikan informasi bagi PT. *Fast Food* Indonesia sebagai sumber informasi tentang tingkat kepuasan konsumen dan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan perbaikan kinerja dalam kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen.

c. Bagi Universitas

Memberikan kontribusi bagi perpustakaan fakultas dengan bertambahnya referensi.

